

ABSTRAK

Muhebbatul Alfia, 2022, *Pengaruh Penetapan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Di Fotocopy Dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan*, Skripsi Program Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Ach Baiquni, M.Ag.

Kata Kunci: *Harga, Kualitas Produk, dan Pembelian Ulang*

Para pelaku bisnis usaha di bidang makanan ditantang untuk menciptakan suatu yang unik dan positioningnya yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dari para pesaingnya. Para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu pengalaman didalam mengkonsumsi produk dan jasa, sehingga membuat mereka terkesan dan membuat daya tarik tersendiri yang mempengaruhi keputusan pembeliannya. Dalam mempengaruhi keputusan pembeliannya pelaku usaha harus mengenali perilaku konsumen. Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhannya, namun sering pula sebaliknya. Studi seperti ini diperlukan bagi pemasar untuk mempersiapkan seperangkat kebijakan pemasaran seperti pengembangan produk beserta ciri-cirinya, harga, saluran distribusi dan promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode pemilihan sampel yaitu *insidental sampling*. Penelitian ini menggunakan 71 responden dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data menggunakan uji t (parsial) dan uji f (simultan).

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji t nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,741 > t_{tabel} 1,993$. Dengan dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen, untuk Kualitas Produk (X2) diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,046 > t_{tabel} 1,993$. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen. untuk variabel (Y) nilai $F_{hitung} 40,826 > F_{tabel} 3,13$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga keputusannya adalah variabel Penetapan Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap variabel (Y) Keputusan Pembelian Ulang.